

**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
( Н И У « Б е л Г У » )**

**ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ**

**КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

**БИЗНЕС-ПЛАН СОЗДАНИЯ КАФЕ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ  
«MILIGAN»**

Выпускная квалификационная работа  
обучающегося по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент заочной формы обучения,  
Группы 0001462  
Мавдрика Дмитрия Олеговича

Научный руководитель  
доктор экономических наук,  
профессор Ломовцева О.А.

## Оглавление

<b>Введение</b>	3
<b>Глава 1 Теоретические основы бизнес-планирования и общее описание проекта ООО «Miligan»</b>	6
1.1 Содержание и общая характеристика бизнес-планирования	6
1.2 Содержание основных разделов бизнес – плана создания предприятия	11
1.3. Особенности бизнес-плана предприятия общественного питания	12
1.4 Цель, задачи и миссия проекта	20
1.5 Описание рынка сбыта и конкурентов. Барьеры выхода на рынок сбыта	22
<b>Глава 2 Проектирование предприятия ООО «Miligan » в Ямало-Ненецком автономном округе, город Лабытнанги</b>	27
2.1 Регистрация ООО и структура проекта	27
2.2 Маркетинговый план и экономическое обоснование проекта	30
2.3 Расчет инвестиционных затрат на проект по созданию кафе	33
2.4 Прогноз развития проекта	41
<b>Заключение</b>	47
<b>Список литературы</b>	50
<b>Приложения</b>	52

## Введение

**Актуальность** темы выпускной квалификационной работы заключается в том, что сегодня количество малых предприятий в России и оборот услуг с каждым годом растет. На сегодняшний день наблюдается интенсивное развитие рынка сферы услуг (это парикмахерские, сервисные предприятия, кафе, бары и рестораны и прочее), что связано в первую очередь с ростом спроса на них. Рост числа предприятий сферы услуг усиливает конкуренцию на рынке, в такой ситуации особое значение приобретает развитие бизнеса.

В экономике России, в данный момент, одновременно функционируют крупные, средние и малые предприятия, а также осуществляется деятельность, базирующаяся на личном и семейном труде. Размеры предприятий зависят от специфики отраслей, их технологических особенностей, от действия эффекта масштабности. Есть отрасли, связанные с высокой капиталоемкостью и значительными объемами производства, и отрасли, для которых не требуются большие размеры предприятий, а напротив, именно малые их размеры оказываются предпочтительнее.

В последнее время активно растёт малый бизнес, особенно в сферах, где пока не требуется значительных капиталов, больших объемов оборудования и множества работников.

Возможность эффективного функционирования малых форм производства определяется рядом их преимуществ по сравнению с крупным производством: близость и приспособление к местным рынкам, запросам клиентуры, что невыгодно крупным фирмам; исключение лишних звеньев управления. Малому производству способствует дифференциация и индивидуализация спроса в сфере производственного и личного потребления.

Сегодня невозможно начать новый бизнес или вкладывать средства в действующее предприятие без разработки инвестиционного проекта. Таким значимым он стал не сегодня, в эпоху рыночных преобразований, вследствие

этого возникла объективная потребность в эффективном проектировании предприятий малого бизнеса.

К сожалению, в российских компаниях несерьезно подходят к планированию своей деятельности. С одной стороны, это связано с отсутствием соответствующей квалификации у менеджеров, с другой - с менталитетом. Если даже инвестиционный проект готовится, то в нем практически отсутствует аргументация получения тех или иных исходных экономических показателей, финансовых расчетов и результатов.

**Проблема исследования** состоит в разработке проекта предприятия малого бизнеса.

**Объект исследования** – разработка бизнес-плана предприятия малого бизнеса

**Предмет исследования** – разработка бизнес-плана общества с ограниченной ответственностью "Miligan" (далее ООО "Miligan").

Таким образом, **целью** выпускной квалификационной работы является разработка и обоснование проекта предприятия малого бизнеса по предоставлению услуг быстрого питания ООО "Miligan".

**Задачи**, поставленные в выпускной квалификационной работе:

1. систематизировать применительно к проблеме проекта теоретические основы проектирования предприятий малого бизнеса;
2. провести анализ рынка и оценить перспективы проекта стартапа;
3. разработать экономическое и организационное обоснование проекта по созданию предприятия сферы услуг (кафе ООО "Miligan").

**Теоретической основой выпускной квалификационной работы** являются основные положения малого предпринимательства, теории инвестиционного планирования, проектирования, наиболее подробно освещенные в трудах таких ученых и специалистов как Артемьевой Т.А.,

Федоренко А.И., Бехтеревой Е.В., Воробьевой Д., Манцуровой А.Б., Федякова М.И., Шеремета А.Д., Ионовой А.Ф. и др.

Проблемы бизнес - планирования широко обсуждают в научных на выступлениях, совещаниях, освещаются в научных публикациях. Весомый вклад в исследование этой тематики сделали М.И. Андрушко, Б.В. Бельский, Ю.Е. Губени, В.И. Дробот, А.П. Киселев, А.В. Линенко.

Однако многие вопросы применения положений инвестиционного проектирования в деятельности современных малых предприятий остаются малоизученными или вне поля исследования.

**Методологическую основу** работы составляют общенаучные методы исследования - системный подход, анализ и синтез, а также методы инвестиционного анализа.

В качестве информационной базы в работе были использованы статистические данные Ямало-Ненецкого автономного округа, г. Лабытнанги и др.

В качестве методов сбора и обработки информации использовались библиографические и статистические методы. Использовались первичные и вторичные источники информации: данные исследования спроса потребителей услуг, нормативные, законодательные акты, регулирующие деятельность обществ с ограниченной ответственностью. Исследование сущности процессов и определения понятий проводились на основе абстрактно-логического метода. Совершенствование методических подходов к оценке оптимальной структуры капитала, прогнозирования ресурсов финансирования плановых мероприятий и оценки оптимального размера дебиторской задолженности осуществлено с помощью экономико-математического моделирования

**Структура работы** введение, 2 главы, заключение, приложение и список литературы (38 источников), всего 53 страницы.

## **Глава 1 Теоретические основы бизнес-планирования**

### **1.1 Содержание и общая характеристика бизнес-планирования**

В обществе с высоким уровнем технического, культурного и экономического развития особенно необходимы такие проекты и концепции, при помощи которых можно было своевременно осознавать желаемые цели и принимать меры для их достижения. Чем меньше средств для удовлетворения потребностей, тем действеннее должны быть инструменты, с помощью которых реализуется рациональное управление соответствующими экономическими процессами. Такая необходимость отчетливо проявляется как на общегосударственном уровне, так и при управлении на предприятиях.

Одним из инструментов такого управления является планирование. Планирование на предприятии, как и любое планирование вообще, может быть различным по срокам, точности, по вносимым поправкам и степени координации. Однако общими для всех видов планирования являются следующие признаки: это упорядоченный процесс; основывается на обработке информации; определяет разработку определенных действий (проекта); имеет направленность на достижение определенных целей; и как следствие всего перечисленного - направленность в будущее. Любой бизнес делается человеком и для человека.

Любая организация объединяет совокупность людей с целью максимальной реализации их интересов. А значит максимальное совмещение целей организации с целями персонала, что, возможно, реализовать только через планирование деятельности как организации, так и ее персонала.

Таким образом, планирование является основой жизнедеятельности, как личности, так и организации. Поэтому в экономике под планированием организации понимается процесс формирования целей, определение приоритетов, средств и методов их достижения. Результатом планирования является план.

План – это мотивированная модель действий, созданная на основе прогноза экономической среды и поставленных целей, как личности, так и совокупности личностей – организации. Бизнес-план это программа деятельности организации по реализации какого-либо дела. Он содержит сведения о фирме, товаре, его производстве, рынке сбыта, финансовую и организационную часть. Для лучшего понимания бизнес планирования рассмотрим основные принципы, которые формируют его цели, задачи и функции [7].

В рыночных условиях хозяйствования бизнес-план используется в различных сферах и формах предпринимательства и помогает очертить тот круг проблем, с которыми сталкиваются предприятие либо предприниматель в условиях изменчивости, нестабильности и, порой, непредсказуемости самых разнообразных рыночных ситуаций. Бизнес-план – краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, важнейший инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективные решения и определить средства для их достижения [15].

Бизнес-план используется для обоснования предлагаемой бизнес-оценки результатов за определенный период времени. Поэтому его можно рассматривать как показатель успеха. Бизнес-план-это документ, который позволяет "высветить" курс действий и управлять бизнесом. Поэтому его можно представить как неотъемлемый элемент стратегического планирования и как руководство для исполнения и контроля. Бизнес-план в большинстве случаев используется как средство получения необходимых инвестиций. В этом аспекте он служит «наживкой» для инвесторов и мощным инструментом финансирования бизнеса.

Важно рассматривать бизнес-план как сам процесс планирования и инструмент внутрифирменного управления. В этом плане он представляется как постоянно обновляемый документ, делающий организацию восприимчивой к разного рода нововведениям – техническим,

технологическим, информационным, организационным, экономическим и другого рода.

Бизнес-план может быть хорошей рекламой для предлагаемого бизнеса, создавая репутацию и являясь своеобразной визитной карточкой организации, поэтому он должен быть компактным, красиво оформленным, информационно наполненным. Своего рода документ, страхующий успех предполагаемого бизнеса. Он демонстрирует готовность идти на риск. Бизнес-план – инструмент самообучения. В этом аспекте его разработка – непрерывный процесс познания и самопознания.

Бизнес-план помогает компании разрешить ряд проблем, среди которых: определение четкого направления деятельности предприятия, целевых рынков и позиций предприятия на этих рынках; формулирование кратко-, средне- и долгосрочных целей предприятия, а также выбор стратегии развития предприятия и разработка тактических действий; определение номенклатуры производимых товаров или услуг, которые предприятие будет предлагать своим потребителям; оценка совокупных издержек; оценка соответствия кадров предприятия, а также и оценка соответствия условий мотивации персонала требованиям, касающихся достижения поставленных целей; определение маркетинговых мероприятий предприятия, направленных на изучение рынка, продвижению и стимулированию продаж; обеспечение жизнеспособности и устойчивости предприятия в условиях жесткой конкуренции; минимизация издержек и максимизация прибыли; оценка достаточности имеющихся и привлекаемых ресурсов для достижения поставленных предприятием целей; оценка возможных рисков, которые внести негативные коррективы в реализацию проекта [24].

Для практической реализации бизнес-планирования как процесса представляется важным соблюдение основополагающих принципов: гибкости, предусматривающей постоянную адаптацию к изменениям среды, в которой функционирует данная организация; непрерывности, предполагающей «скользящий» характер планирования; коммуникативности,



под которой понимается координация и интеграция усилий (все должно быть взаимоувязано и взаимозависимо); итеративности, предусматривающей творческий характер планирования и неоднократности проработки уже составленных разделов плана; многовариантности, позволяющей выбрать наилучшую из альтернативных возможностей достижения поставленной цели; участия, предполагающего важность самого процесса планирования с точки зрения вовлечения в него всех возможных участников будущей организации; адекватности отражения реальных проблем и самооценки в процессе планирования [1].

Бизнес-планирование имеет свои особенности, которые заключаются не только в определении четкого плана действий для достижения поставленных целей, но и позволяет построить в некотором роде модель предприятия, позволяющей взглянуть на него со стороны и произвести более объективную оценку [32].

Благодаря бизнес-планированию становится возможным: привлечение руководства предприятия активно включаться в работу над перспективами компании; более четко координировать действия и усилия, направленных на достижение поставленных целей; устанавливать, анализировать, а после чего и контролировать показатели деятельности предприятия; подготовку предприятия ко всем возможным развитие сценариев поведения рынка, что позволяет уменьшить время на адаптацию.

Таким образом, не следует пренебрегать бизнес-планированием и решением тех вопросов, которые включают в себя задачи планирования. Отсутствие четкого плана развития предприятия влечет за собой повышение рисков столкновения с проблемами и трудностями, к которым предприниматель будет не готов. А это, как правило, заканчивается весьма плачевно как для самого предпринимателя, так и для его бизнеса. В современной практике бизнес-план призван выполнять четыре функции. Первая — использование его для разработки стратегии и тактики бизнеса. Вторая — формирование и реализация плановых программ, позволяющих

оценить потенциал развития нового направления деятельности, контролировать процессы, протекающие в рамках бизнеса. Третья — привлечение извне денежных средств для целей развития, реинжиниринга бизнеса. Четвертая - привлечение к реализации планов бизнеса партнеров, которые способны вложить в него собственный капитал или имеющуюся у них технологию.

Подготовка и эффективное использование бизнес-плана имеет первостепенное значение. Этот план может быть разработан менеджером, руководителем, фирмой, группой фирм или консалтинговой организацией. Для определения стратегии развития крупной фирмы составляется развернутый бизнес-план. Нередко уже на стадии его подготовки определяются потенциальные партнеры и инвесторы. Что касается временного аспекта бизнес-планирования, то большинство фирм составляет планы на год. В них детально рассматриваются различные направления деятельности фирмы в этот период и кратко характеризуется дальнейшее развитие. Некоторые фирмы составляют планы на срок до 5 лет, и лишь крупные компании, твердо стоящие на ногах, планируют на период более 5 лет.

Наряду с внутрифирменными функциями бизнес-планирование имеет большое значение при определении стратегии планирования на макроуровне. Совокупность долгосрочных бизнес-планов предприятий составляет информационную базу, которая является основой для разработки национальной политики планирования в рамках государственного регулирования экономики.

Таким образом, в наибольшей степени бизнес-план используется при оценке рыночной ситуации как вне фирмы, так и внутри нее при поиске инвесторов. Он может помочь крупным предпринимателям расширить дело с помощью покупки акций другой фирмы или организации новой производственной структуры, а также служит основой для формирования общегосударственной стратегии планирования. В рыночной экономике

существует множество версий бизнес-планов по форме, содержанию, структуре и т. д. Наибольшие различия наблюдаются в рамках модификаций бизнес-планов в зависимости назначения: по бизнеслиниям (продукция, работы, услуги, технические решения), по предприятию в целом (новому или действующему).

## **1.2. Содержание основных разделов бизнес – плана создания предприятия**

Основными разделами бизнес-плана являются следующие: краткое описание, бизнес и его стратегия, рынок и маркетинговая стратегия (план-маркетинг), производство и эксплуатация, управление и процесс принятия решений, финансы (финансовый план), факторы риска.

Структура бизнес-плана: возможные разделы и содержание. Резюме проекта формируется в самом конце работы над бизнес-планом и должно содержать следующую информацию: 1) краткое резюме социальной составляющей бизнес- плана: какую социальную проблему решает, как, каких результатов планирует достичь? 2) для кого работает предприятие, кому будет продавать товары или услуги и в чем ценность создаваемого предприятием продукта? 3) в чем заключается конкурентное преимущество управленческой команды предприятия? 4) Какие ресурсы (собственные и привлеченные) позволят реализовать проект? 5) Как будет продвигаться и реализовываться продукция? 6) Сроки реализации, достижения финансовой устойчивости и окупаемости проекта. 7) Прогноз движения денежных средств, прибылей и убытков и потребности в финансировании на три года (основные показатели) [14]

Первым разделом является титульный лист - Описание предприятия, в котором необходимо перечислить: - Адрес, название, информация о руководителях (собственниках). - Объекты и цели деятельности. -

Возможности компании по оказанию услуг или выпуску товаров. - Краткое описание избранной деятельности.

Вторым - описание выпускаемой продукции компании (услуги и товары). Далее маркетинг и сбыт - Рынок сбыта и потребитель. - Конкурентоспособность продукции. - Реклама. - Ценообразование. - Обслуживание.

Следующий раздел - Производство продукции - Средства производства (оборудование, помещения, оборотные средства и тому подобное). - Производственный процесс. - Производственный персонал. - Обращение (реализация и транспортировка) продукции.

Управление компанией - Структура управления (функциональная, линейная, целевая). - Управленческие функции (планирование и прогнозирование, организация, стимулирование и активизация, регулирование и координация, учет, анализ и контроль). - Организация транспорта и снабжения. - Организация кадровой работы (наем, обучение, аттестация, увольнение сотрудников). - Воспитательные и социально психологические методы. - Административные методы (нормирование, регламентирование, распорядительное воздействие, инструктирование). 6. Управление финансовыми потоками - Условия и источники финансирования. - Изначальные затраты. - Возмещение капиталовложений или ожидаемый доход. - Отчет о прибылях и убытках. - Условия и источники кредитования. - Аренда, страхование и иные расходы. - Описание бухгалтерского учета. Анализ возможных рисков. Описание разработанной стратегии, позволяющей обойти риски. Дополнения и приложения к бизнес-плану по маркетинговым исследованиям, прайс-листы, графики, схемы, документы [11].

### **1.3. Особенности бизнес-плана предприятия общественного питания**

Концепция бизнес-плана создания ресторана включает проработку двух

этапов жизненного цикла проекта разработка и реализация. Разработка проекта, в рамках этого этапа решаются вопросы: разработка концепции ресторана, диагностика обстановки, подготовительные работы, информационные работы, разработка вариантов решений, принятие решения. Реализация проекта, в рамках этого этапа выполняется: постановка задач исполнителям, организация контроля. Рассмотрим содержание этих этапов подробнее [23].

Концепция ресторана функционально в концепции выделяют два раздела: идейно-тематическое описание — общее описание идеи и легенды заведения, направления кухни, специфики меню, уровня и особенностей обслуживания и сервиса. Характеризуются общий стиль и особенности интерьерных решений. Идейно-тематическое описание отражает основные уникальные особенности будущего заведения, которые будут отличать его от подобных предприятий и обеспечат стабильное конкурентное преимущество [37].

Организационно-экономическое описание определяет основное направление ценовой, маркетинговой, конкурентной стратегии. В этом разделе характеризуется ассортиментная политика, описывается профиль потребителей. Правильно разработанная концепция обеспечит четкую координацию и слаженность процесса открытия заведения. Эффективность и качественный уровень концепции в значительной мере определяется опытом компании разработчика.

Разработать детальную концепцию ресторана — значит еще раз проверить состоятельность ресторанной идеи, сформировать целостное представление о деятельности всех ресторанных служб. Оформленная концепция позволяет получить на выходе именно тот продукт в виде готового ресторана, который задуман. Концепция позволяет координировать работу всех участников процесса создания ресторана — от проектировщиков до дизайнеров и поставщиков оборудования [5].

Краткое содержание концепции: анализ пригодности помещения под

предприятие питания или развлечения; описание идеи будущего предприятия; определение целевой аудитории посетителей; описание направления дизайна интерьера, направления кухни и вида обслуживания; разработка перечня предоставляемых услуг и ценовой политики предприятия, определение средней стоимости счета и дополнительных услуг; анализ спроса и расчет валового дохода предприятия; разработка организационной структуры предприятия и штатного расписания; расчет затратной части предприятия и операционной прибыли; перечень проектных работ, технологического оборудования, мебели, посуды и инвентаря; укрупненный расчет объема инвестиций и определение периода окупаемости и инвестиционной привлекательности проекта; рекомендации по проведению рекламной компании. Принципиально важно, чтобы подробно расписанная концепция ресторана была при организации ресторана [26].

Таким образом, в концепции должны отражаться следующие аспекты: Требования к разработке торговой марки ресторана; Принципы организации внешнего оформления; Дизайн, стиль интерьера; Мебель; Требования к персоналу; Униформа персонала; Меню; Логистика; Работа с поставщиками; Принципы ценообразования; Организация рекламно-маркетинговых мероприятий; И другие составляющие деятельности ресторана. Создание концепции позволяет рассматривать ресторан с точки зрения единой маркетинговой системы, осуществляющей продажи, где все системы ресторана выполнены в соответствии с единой стратегией, определяемой концепцией. Разработку концепции ресторана можно провести как самостоятельно, так и поручив это экспертам из консалтинговой компании. В этом случае, стоимость концепции – от \$1000 и определяется степенью подробности документа, исходной идеей ресторана, конкретными условиями открытия.

Реализация проекта - подготовка к открытию ресторана. Основные составляющие этого этапа следующие: разработка организационной структуры предприятия, штатного расписания, должностных инструкций и

пакета кадровых документов, разработка стандартов качества обслуживания; набор менеджмента и линейного персонала; обучение менеджмента и линейного персонала; разработка системы поощрения и наказания сотрудников, системы интегрированной оплаты труда и мотивации персонала; разработка меню, технологических процессов обработки сырья и приготовления блюд и напитков, спецификаций на закупку сырья и отбор поставщиков; разработка ценовой политики предприятия, системы продаж и учета денежных средств; разработка системы калькуляции и учета материальных ценностей; разработка рекламной компании, системы учета постоянных гостей; внедрение разработанных систем и отслеживание выполнения и результатов; консультативная поддержка бизнеса; формирование еженедельной аналитической отчетности деятельности предприятия питания [33].

Прежде, чем приступить к воплощению своих идей, необходимо тщательно просчитать все этапы реализации будущего проекта, экономические составляющие, источники финансирования. Написание бизнес-плана для проекта позволит решить эти вопросы.

С помощью бизнес-плана можно максимально точно рассчитать все затраты на помещение или его реконструкцию, создание интерьера ресторана, покупку необходимого оборудования и мебели, определить нужное количество работников ресторана, приблизительную оплату труда для каждого работника, просчитать закупочные затраты [4].

Бизнес план даст реальную картину будущего уровня доходов, определит рентабельность заведения, важные моменты, на которые нужно уделить больше внимания. С таким подходом удастся избежать возможных неоправданных растрат, определить необходимый объем инвестиций. Фактически, проект, изложенный на бумаге, даст реальную картину будущего предприятия [29].

Чтобы открыть свой ресторан, необходимо знать не только общую технологию создания ресторана, но и учитывать множество особенностей.

Как правильно выбрать помещение, как спроектировать ресторан так, чтобы каждый метр площади давал доход, как выбрать востребованные клиентами услуги, как подобрать профессиональный коллектив, как раскрутить ресторан и другие.

Следует, прежде всего, определить основные этапы проектирования предприятия общественного питания. Стадии проектирования. Проектирование состоит из двух стадий: 1. стадия "Проект"; 2. стадия "Рабочая документация". Возможно совмещение стадий - "Рабочий проект". Работы, проводимые при проектировании на стадии "Проект". Проектирование ресторана можно разделить на два разных этапа. Это проектирование интерьера ресторана, т.е. зоны посетителей и проектирование технологической зоны, т.е. зоны персонала. Именно от того, насколько правильно составлен проект обеих зон, и зависит слаженность работы всего ресторана в целом.

Рассмотрим основные виды проектов, необходимые при проектировании открытия ресторана. Технологическое проектирование ресторанов. Технологический проект – это план размещения производственных цехов в структуре здания, обеспечивающих последовательность технологических процессов обработки продуктов и изготовления изделий при минимальной протяженности функциональных связей и максимального избегания пересечения технологических и транспортных потоков. Состав технологического проекта: пояснительная записка; план размещения технологического оборудования; спецификация оборудования; план привязки оборудования к электротехническим системам; план привязки оборудования к сантехническим системам; план привязки вентиляционных зонтов [18].

Технологический проект, так же как и проект вентиляции, а также проект переустройства (перепланировки/переоборудования) помещения с техническим заключением о его возможности, подлежит обязательному согласованию в Роспотребнадзоре (СЭС) и других организациях. Также на



плане отображается кухонное оборудование в цехах и баре, подобранное в соответствии с меню, поточностью, количеством блюд на выходе, учетом особенностей помещения [6].

Эскизный проект - это этап работы, в ходе которого определяется стилевое и цветовое решение проектируемого интерьера, составляется план перепланировки квартиры, разрабатывается система освещения, разрабатываются индивидуальные авторские решения. В результате этого этапа дизайнер должен дать понять заказчику, как будет выглядеть проектируемое помещение. Эскизный проект включает в себя: план помещений до перепланировки с привязкой инженерных коммуникаций; план помещений после перепланировки; план расстановки мебели (без прорисовки отдельных элементов); план пола с указанием напольного покрытия; план потолка без указания размеров и разрезов; план размещения сантехнического оборудования; перспективы помещений, выполненные от руки или в 3D [20].

Термин «эскизный проект» применяется лишь в области промышленности, хотя в гражданском праве под проектом всегда понималась техническая документация, созданная именно для строительства. В состав такой документации могут входить документы техникоэкономического обоснования строительства, чертежи, пояснительные записки и другие материалы, необходимые для строительства или реконструкции объекта, в том числе и графические изображения (эскизы). Для разработки такой документации организации нужно заключить с заказчиком договор подряда на выполнение проектных и изыскательских работ (ст. 758 ГК РФ).

Дизайн-проект включает в себя: разработку проектной концепции; планы возводимых/демонтируемых перегородок, планы расстановки мебели и оборудования, спецификацию на мебель; развертки стен, планы полов, планы потолков, ведомости отделки помещений; планы расстановки светильников, спецификацию на светотехническое оборудование; эскизы нестандартных элементов интерьера, торгового оборудования и мебели;

трехмерные цветные виды помещений с реальной мебелью и отделочными материалами; пояснительную записку. Дизайн интерьера ресторана - это одна из важнейших составляющих в разработке концепции заведения [2].

Услуги по этому разделу включают в себя архитектурно-дизайнерское проектирование предприятий с учетом их конкретной специфики. Каждое заведение требует индивидуального подхода в интерьерных решениях, что неразрывно связано с технологическими процессами. Уют и комфорт обстановки ресторана целиком зависят от грамотно и творчески разработанного дизайн-проекта. Часто индивидуальный стиль заведения задают такие детали интерьера, как декоративная колонна, портал, ограждение, дизайнерски оформленная барная стойка, красивая мебель, авторские двери, панно, рамы для картин. Дизайн ресторана - это целая композиция, где все элементы декора должны работать в одном направлении, создавая единый стиль, особое настроение.

При работе над проектом дизайна интерьера в первую очередь необходимо делать ставку на ощущение комфорта и внутренней продуманности всех деталей. Все это в дальнейшем будет служить на пользу общей концепции заведения и повысит его презентабельность. Дизайн внутреннего интерьера и концепция проекта служит основной точкой, от которой следует планировать будущее предприятие. Необходимо представить будущего клиента, на какую социальную группу ведется расчет. Исходя из этого нужно определять формат заведения, стиль внутреннего интерьера. Компания проведет необходимые расчеты, разработает план проекта и после согласования займется закупкой необходимых строительных и отделочных материалов.

Оборудование для предприятия общественного питания — особая статья расходов, к которой нужно подходить максимально внимательно. Качество оборудования обуславливает качество приготовляемой пищи, возможности расширения ассортимента. Мощность оборудования целиком и полностью влияет на скорость приготовления и возможность одновременного

обслуживания необходимого количества посетителей. Особое внимание нужно уделить производителю оборудования, его сервисным условиям и возможности проведения оперативного ремонта в случае поломки.

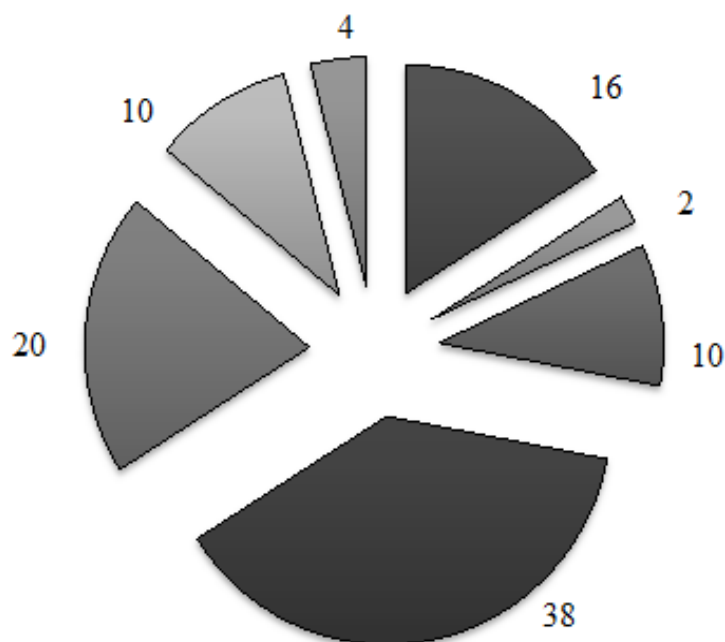
Необходимо тщательно продумать, какая мебель будет установлена в ресторане. Нужно создать максимально комфортные условия для клиента. Современный рынок мебели перенасыщен разнообразными предложениями, среди которых можно без особого труда подобрать именно то, что вам нужно. Главное — выдержать все в едином стиле, чтобы мебель полностью гармонировала с основным дизайнерским решением. Каждая деталь, будь то стол или барная мебель, ручка, поручень или декоративные стеновые панели, должны дополнять друг друга.

Разработка инвестиционного меморандума Инвестиционный меморандум в ресторанном бизнесе обычно используется для следующих целей: привлечение инвесторов в развивающуюся сеть, в том числе по франчайзингу; привлечение дополнительных инвесторов на стадии открытия ресторана; продажа долей участия (акций) в бизнесе; продажа бизнеса; привлечение стратегических партнеров [13]. В отличие от бизнес-плана предприятия, инвестиционный меморандум документ, разрабатываемый на действующее предприятие или, по крайней мере, на ресторан в процессе открытия, в который уже были вложены какие-то средства и проведены какие-то работы.

Общая идея заведения подразумевает разработку всех его составляющих в комплексе, зачастую затрагивая и прилегающую территорию. Благоустройство территории может подразумевать и обустройство летних площадок под кафе, а дизайн фасада, входной группы - разработку наружной рекламы.

#### **1.4 Цели, задачи и миссия проекта ООО «Miligan»**

Открытие ООО «Miligan» планируется в Ямало-Ненецком автономном округе в городе Лабытнанги. Город Лабытнанги расположен на восточных склонах Полярного Урала, на левом берегу Оби, напротив Салехарда. На начало 2018 года население этого города составило 26 122 человека. Всего в городе 9 школ и филиал Тюменского государственного архитектурно-строительного университета. В городе существует несколько закусочных, придорожных кафе и пара отелей-ресторанов. Но кафе современного формата, не только для быстрого приёма пищи, но и для отдыха в городе Лабытнанги нет. По результатам социального опроса горожан (Приложение 1), в существующих точках посетителей не устраивают высокие цены, некачественная еда, дизайн помещений. В опросе приняло участие 100



человек (рисунок 2.1).

Рисунок 2.1 - Результаты социологического опроса жителей г. Лабытнанги о факторах неудовлетворённости местными кафе, (%)

Примечание: Дизайн кафе 16%; Имидж заведения 2%; Качество обслуживания 10 %; Высокая цена 38; Качество приготовленных блюд 20 %; Скорость обслуживания 10%; Удалённость расположения 4%.

В современных условиях жизни многие работающие люди в обеденный перерыв предпочитают отправляться в ближайшее кафе, экономя время. Тем самым кафе формата быстрого питания может соответствовать такой тенденции, качеством продукции и скоростью обслуживания. Многие предприниматели полностью выстраивают концепции своего кафе под «работяг», получая приток прибыли в основном на них. Со временем такие заведения становятся похожими на столовые и не вызывают желания у потребителей провести там время вечером, что значительно снижает прибыльность заведения.

Разрабатываемый проект рассчитан на создание кафе быстрого питания, с новым оборудованием, широким ассортиментом блюд быстрого приготовления, приемлемыми ценами, с современным дизайном, что должно привлечь посетителей, поскольку оно будет выгодно отличаться от других заведений города Лабытнанги.

Цель проекта – обосновать и юридически оформить (зарегистрировать в виде общества с ограниченной ответственностью, ООО) бизнес, представляющий собой кафе быстрого питания.

Задачи проекта: спроектировать кафе мощностью 30 посадочных мест, общая площадь всех помещений – не более 200 квадратных метров; разработать и обосновать маркетинговый план продвижения кафе; учесть риски проекта и его оценить конкурентоспособность; рассчитать стоимость оборудования, необходимого для оснащения кафе; обосновать способ организации обслуживания клиентов через официантов; рассчитать стоимость и сроки окупаемости проекта.

Миссия проекта стартапа кафе быстрого питания: «Мы предоставляем качественное обслуживание и вкусную еду в уютной атмосфере каждому».

Основная цель проекта ООО «Miligan» - в течение первого года после открытия войти в тройку лучших заведений города. Для этого необходимо

произвести грамотный расчет всех затрат, инвестиций и примерной прибыли с учетом среднего чека и посещаемости заведений.

### 1.5 Описание рынка сбыта и конкурентов. Барьеры выходы на рынок сбыта

Проект ООО «Miligan» в первую очередь ориентирован на работников близлежащих предприятий, водителей - дальнобойщиков и водителей транзитного транспорта, а также водителей и пассажиров междугородного и пригородного транспорта (таблица 2.2.1).

Таблица 1.5.1 - Анализ целевой аудитории потребителей кафе «Miligan»

Предприятие, населенный пункт	Всего человек на предприятии, населенном пункте и т.д.	Всего человек в непосредственной близости от кафе (потенциальные клиенты)
ООО "Ямал-Логистик"	950	250
Газпромтранс	450	320
Стройгазпроект	500	150
Оптовая база	200	200
Ямалгеофизика	600	500
Энтех-сервис	270	190
пгт. Харп	650	320
Проезжающие водители	1500 (за сутки)	1500
<b>Всего:</b>	<b>3430</b>	

Потенциальными клиентами нашего кафе являются 3430 человек. Естественно, что не все они будут посещать данное кафе. Для обеспечения минимального уровня спроса планируется с первых дней работы кафе заключать договора об обеспечении горячим питанием работников близлежащих предприятий, таких как Энтех-сервис, расположенных далеко от собственных столовых предприятий или же в которых они отсутствуют. Естественно, что, при осуществлении удачной маркетинговой стратегии, с развитием кафе число посетителей значительно увеличится. Для стимулирования посетителей большой популярностью пользуются акции и скидки. Это скидки для корпоративных заказчиков, служба бесплатной доставки в офис, а также всевозможные акции. Хороший пример — бизнес-ланч по выгодной цене, скидка на третий заказ, «подарок от шеф-повара» при заказе на определённую сумму и т. д. Так же будут устраиваться тематические вечера каждую неделю.

Основными потребителями являются рабочие близлежащих предприятий - мужчины (80%) в возрасте от 18 до 50 лет. Причём 18-30-летние составляют около 60%. Средняя заработная плата на близлежащих предприятиях — 90 000р.

Так как численность населения города Лабытнанги не превышает 30000 человек, конкуренция на рынке общественного питания достаточно мала. В городе есть несколько кафе и пара ресторанов которые не отличаются особым уютом в атмосфере.

Основные конкуренты проекта ООО «Milligan» (таблица 2.2.2), осуществляют бесплатную доставку питания при заказе от 2000 рублей. За исключением кафе Banzai, у них доставка осуществляется только за отдельную плату.

Таблица 1.5.2 - Прямые конкуренты проекта ООО «Milligan»

Название конкурента	Средний чек	Еда на вынос	Время работы	Удалённость от центра
Бар-ресторан «Семь лиственниц»	3500 рублей	650 рублей	11:00-23:30, по выходным до 2:00	16 км.
Ресторан La Cipolla	3000 рублей	550 рублей	10:00-23:30, по выходным до 2:00	14 км.
Banzai	1000 рублей	650 рублей	10:00-22:00	13 км

Среди косвенных конкурентов (таблица 2.2.3) отмечена ценовая политика значительно ниже, чем у основных наших конкурентов. Все косвенные конкуренты относятся к кафе быстрого питания, люди предпочитают там не задерживаться на долго, лишь прийти взять необходимое и уйти. В этом и будет заключаться одно из отличий нашего проекта, дизайн и атмосфера кафе будет располагать людей задержаться и провести больше своего времени там, а значит и больше купить.

Таблица 1.5.3 - Косвенные конкуренты проекта ООО «Milligan»

Название конкурента	Средний чек	Еда на вынос	Время работы	Удалённость от центра
Кафетерий Лето	1500 рублей	350 рублей	10:00-22:00	1,2 км.
Кофейня D-кафе	1000 рублей	350 рублей	10:00-22:00	900 м.



Продолжение таблицы 1.5.3

Старое кафе	500 рублей	300 рублей	10:00-22:00	600 м.
Метелица	1500	Нет	18:00-01:00	8 км

В целом можно сказать, что конкурентов у проекта ООО «Milligan» не так много. Тем более что планируемое кафе будет отличаться: концепцией питания, расположением и интерьером заведения. Косвенные конкуренты в основном нацелены на скорость обслуживания, что обеспечивает большую проходимость людей, но при этом ассортимент блюд не достаточно большой. Поэтому стоит обратить особое внимание на разработку меню в новом кафе.

В современных условиях, перед отечественными предпринимателями стоит немалое количество барьеров. Это и слабая поддержка со стороны государства, в частности неослабевающая налоговая нагрузка, сложная система налогообложения, административные препятствия и др. В целом барьеры разделяются на две больших группы: стратегические и нестратегические. К барьерам первой группы относятся создаваемые стратегией фирмы, особенностями внутренней политики по отношению к рынку сбыта. Нестратегические барьеры, как правило, имеют факторы объективного характера, которые мало поддаются воздействию со стороны открывающихся фирм.

Для большинства малых предприятий сферы общественного питания нестратегическими, барьерами будут выступать административные и социально-экономические. Экономические барьеры заключаются в сложности нахождения инвесторов, так как в сфере общепита большие риски и конкуренция. Вход на рынок общественного питания требует значительных инвестиционных затрат на начальном этапе поэтому многие не решаются вкладывать в развитие именно этой отрасли малого бизнеса. Решить эту проблему можно используя кредитные средства банков. Новому предприятию, выходя на рынок, трудно конкурировать с аналогичными

предприятиями, бренды которых известны всем потребителям во всём городе. А бренду нового кофе, только что вышедшего на рынок, необходимо заслужить доверие и признание потребителей. И одна из задач и целей нового предприятия, с помощью различных компаний, акций, со временем сделать свой бренд известным и популярным в городе, ведь в дальнейшем этот бренд будет играть далеко не малую роль при узнаваемости предприятия.

К административным барьерам относятся большое количество разрешительной документации, административных договоров с различными службами и ведомствами, заставляют новичка очень сильно задуматься, и преодолеть данный барьер, с принятием новых договоров, постановлений и указаний, становится с каждым годом всё сложнее и сложнее. Так же можно отнести к этому типу барьеров получение различных лицензий и разрешений на осуществляемую деятельность.

Чтобы оценить возможности выхода на рынок сбыта проекта ООО «Miligan», проведем SWOT-анализ (таблица 2.2.4).

Таблица 1.5.4 - SWOT-анализ среды проекта ООО «Miligan»

Преимущества	Недостатки
Особая атмосфера и дизайн кафе Качественное питание и обслуживание Кросс-букинг Индивидуальный подход к каждому клиенту	Не сформированный имидж Отсутствие постоянных клиентов Большие финансовые затраты в первые месяцы на персонал и рекламу
Возможности	Угрозы
Возможность привлечения инвесторов Использование современных автоматизированных систем Развитие информационных технологий	Неблагоприятное изменение налоговой политики Снижение курса валют (при осуществлении закупок у иностранных

Уменьшение стоимости компьютерной техники и развитие информационных технологий может быть использовано проектом ООО «Milligan» для внедрения более совершенных систем автоматизации, а это, в свою очередь упростит ведение отчетности, и позволит ускорить процесс обслуживания посетителей, оптимизируются процессы оформления заказа. Современные системы автоматизации позволят контролировать все действия персонала, расходы продуктов, перечень оказанных услуг, повысят точность и объективность расчетов, что ускорит принятие управленческих решений. Внедрение современных информационных технологий позволит также грамотно организовать маркетинговую информационную систему на предприятии.

Можно с уверенностью утверждать, что на первом месте всегда останется качество выпускаемой продукции, даже при условии различных вкусов среди клиентов, а это создает возможности дальнейшего роста числа посетителей кафе.

Таким образом, в результате проведенного SWOT-анализа были выявлены сильные стороны и возможности, при учете и ограничении влияния слабых сторон и угроз, что обеспечит предприятию конкурентные преимущества.

Оценка сильных и слабых сторон является важнейшим началом совершенствования деятельности любого предприятия. Поэтому каждый предприниматель должен анализировать и оценивать свой собственный потенциал, а также факторы, которые находятся вне сферы постоянного контроля менеджеров и могут оказать влияние на его стратегию.

## **Глава 2 Проектирование предприятия ООО «Milligan» в Ямало-Ненецком автономном округе, город Лабытнанги**

### **2.1 Регистрация проекта ООО и структура проекта**

Оптимальной формой работы в общепите будет ООО. По крайней мере, для кафе, торгующих алкоголем. Значимый плюс — минимальный размер уставного капитала (именно им рискует предприниматель в случае банкротства) — 10 000 рублей. ИП будет сложнее работать с поставщиками, а также такая компания не сможет продавать алкоголь (только пиво). Коды ОКВЭД используемые при регистрации кафе:

56.1. – «Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания»;

56.10.1. – «Деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания»;

56.10.2. – «Деятельность по приготовлению и/или продаже пищи, готовой к непосредственному употреблению на месте, с транспортных средств или передвижных лавок»;

56.3. – «Подача напитков»;

47.1. – «Торговля розничная в неспециализированных магазинах».

Чтобы открыть дело с нуля, понадобятся такие документы и разрешения:

Договор аренды помещения и разрешение на размещение в определённом здании от местной администрации;

Разрешение от Роспотребнадзора на розничную торговлю;

Заключение от Роспожарнадзора. Условия получения: противопожарная

сигнализация, два запасных выхода, план эвакуации, наличие огнетушителей;

Санитарно-эпидемиологическое заключение, выдаётся Роспотребнадзором. Для этого нужно соблюсти санитарные условия, указанные в СанПиН 2.3.6.959-00. Кроме того, стоит ознакомиться с законом «О защите прав потребителей»; Техническое заключение о помещении. Сюда входят чертежи коммуникаций, инженерный чертеж, архитектурный, план БТИ; Регистрационные документы контрольно-кассового оборудования; Сертификаты качества для продуктов. Они должны отвечать государственным нормам. Сертификацию проводят частные фирмы; Договор с вневедомственной охраной. Внутри кафетерия устанавливается «тревожная кнопка» вызова охраны; Программа производственного контроля, согласованная с Роспотребнадзором; Документы о прохождении персоналом медосмотра; Лицензия на торговлю алкогольной продукцией. Выдаётся Федеральной службой регулирования алкогольного рынка. Для получения лицензии фирме необходимо иметь уставный капитал от 15-16 тыс. долл. Требования указаны в законе № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции». Стоимость оформления 30 000 – 35 000 рублей.

Оптимальный выход для стартующего предпринимателя — заказать подготовку и согласование документов у специализированных компаний. Это сократит время на подготовку, но увеличит стартовые расходы.

Налоги. Рестораторы обычно используют ЕНВД — единый налог на вмененный доход. В Ямало-Ненецком автономном округе, в отличие от Москвы, а также в некоторых областях, он действует. ЕНВД освобождает от уплаты налога на имущество, на прибыль, на доходы физических лиц (для ИП). Суть налога в том, что платить нужно исходя из определенной базовой доходности, устанавливаемой государством на тот или иной вид деятельности. Для общепита ориентирами служат площадь зала или количество человек в штате. При расчете применяются региональные коэффициенты и коэффициент-дефлятор. Платится 15% от расчетной базовой

доходности. Можно перейти на упрощенную систему налогообложения (УСН), для этого необходимо: Иметь до 100 работников в штате иметь годовой доход, не превышающий 60 млн. рублей не открывать филиалы. Участие других компаний в капитале ООО не должно превышать 25% Подать заявление можно в течение 30 дней с момента регистрации. Ставка налога при УСН высчитывается двумя способами: отчисляется 6% с доходов либо отчисляется 15% с разницы между доходами и расходами НДС, налоги на прибыль и имущество при упрощенной системе налогообложения не платятся.

Что касается персонала, то формат кафе в большинстве случаев позволяет укомплектовать штат без особых проблем. Высококласными специалистами должны быть директор, администратор и повара. С официантов и барменов, в отличие от ресторана, спрос здесь меньше. Достаточно желания работать, дружелюбности и начальных навыков коммуникабельности. Остальное добирается инструктажем и практикой.

## **2.2 Маркетинговый план и экономическое обоснование проекта**

Рынок общественного питания обладает высокой конкуренцией. Для того чтобы выделиться нужно красиво преподнести свои основные преимущества. Важно начать рекламную кампанию ещё до открытия. И вне зависимости от времени года поддерживать активную маркетинговую политику.

В первую очередь важно разработать логотип, сделать брендбук, создать сайт, зарегистрироваться в социальных сетях.

Первая рекламная кампания должна быть направлена на праздничное открытие кафе. Шары, бесплатные угощения, аниматоры для детей, розыгрыши ценных призов — все это может стать частью большого

торжества. Для того чтобы как можно больше людей сразу узнали о новом кафе.

В социальных сетях на регулярной основе следует проводить конкурсы, поддерживая лояльность клиентов. Очень важно держать обратную связь со своими потребителями: необходимо быть открытыми для взаимодействия, собирать отзывы и работать над ними.

Постоянно в кафе будут различные акции: блюдо дня, счастливые часы, бизнес-ланчи. Всё это увеличивает лояльность клиентов.

В городе Лабытнанги есть 2 крупных торговых центра, если грамотно организовать работу с ними, и заключить договора на проведение рекламных кампаний. Однако в данном виде бизнесе самым эффективным остается «сарафанное» радио. Необходимо поддерживать высокий уровень обслуживания, качество продукции и создать уютную атмосферу, что в итоге позволит увеличивать число клиентов.

Маркетинговый план предприятия нашего кафе ООО «Miligan» включает несколько направлений:

- 1) выпуск буклетов и визиток с информацией об услугах кафе и размещение их в местах большого скопления людей;
- 2) установка вывески над входом;
- 3) сетевая реклама;
- 4) организация тематического вечера в день открытия.

Проблема сбыта может заключаться в малой известности предоставляемых предприятием услуг. Так как основной приток клиентов ожидается от молодёжи, наиболее эффективным привлечением аудитории будет сетевая реклама (таргетинг), розыгрыши и конкурсы посредством групп в социальных сетях. Планируется сделать заказ буклетов и визитных карточек предприятия. За счет рекламы кафе предполагает привлечь как можно больше клиентов.

В таблице 3.2.1 представлены расходы на проведение рекламных мероприятий кафе ООО "Miligan".

Таблица 2.2.1 - Расходы на проведение рекламной компании кафе ООО "Miligan"

Наименование мероприятия	Стоимость (руб.)
Полиграфические материалы (буклеты, визитки)	3000
Дизайн меню и рекламных буклетов	20 000
Печать буклетов и прайс-листов	12000
Аренда рекламного баннера в торговом центре	10 000
Оплата услуг распространителей буклетов	5000
Изготовление и установка неоновой вывески кафе	35 000
Оплата услуг маркетолога (сетевая реклама)	30 000
Итого:	115000

Таким образом, ООО "Miligan" будет использовать такую печатную рекламу, как буклеты и листовки, которые можно выкладывать и раздавать в общественных местах, так и оставлять в торговом центре. Сетевая реклама будет использоваться в социальных сетях. Так же необходимо установить неоновую вывеску над входом кафе, которая позволит привлечь внимание потенциальных и реальных клиентов, а так же станет освещать улицу в темное время суток.

Организационный план показал, что форма собственности проектируемого предприятия - Общество с ограниченной ответственностью. Общая площадь кафе составляет 150 м<sup>2</sup>, а общее число работников предприятия - 17 человек.



Кафе ООО "Miligan" будет использовать печатную и интерактивную рекламу, которая включает рекламные листовки, в которых описана вся необходимая информация об услугах кафе. Наибольшего эффекта планируется добиться, используя оригинальное оформление витрин и вывески кафе: яркие декоративные рисунки, организующие тему витрины, другие ярко выраженные декоративные детали.

### **2.3. Расчет инвестиционных затрат на проект по созданию кафе**

Аренда или покупка помещения. Справедливости ради стоит сказать, что кафе в собственном помещении оценят при продаже значительно дороже.

- Окраина города — 10 000 рублей за м<sup>2</sup> в год. Сумма — 1 500 000 в год.
- Центр города Лабытнанги — аренда 20 000 рублей за м<sup>2</sup> в год. Сумма — 3 000 000 рублей в год.

Покупка помещения:

- Окраина города — 40 000 рублей за м<sup>2</sup>. Сумма — 6 000 000 в год.
- Центр города Лабытнанги — аренда 20 000 рублей за м<sup>2</sup> в год. Сумма — 10 500 000 рублей в год.

Из 120 квадратных метров площади зал для посетителей занимает 75 кв. м., 45 кв. м. — кухня, 20 кв. м. — склад и 10 — туалет. Требования к помещению: обеденный зал и производственная зона должны быть разделены; необходимы вентиляция, канализация, холодная и горячая вода, система пожаротушения, кондиционирование; при ремонте необходимо соблюдать строительные нормативы согласно СНиП 31-06-2009 «Общественные здания и сооружения».

Проектирование. Сюда входит создание внутренней среды, инженерной инфраструктуры и технологических решений для кухни. Проектирование выгодней заказывать комплексно и у специализированных компаний, потому что для этого вида работ необходим допуск СРО.

Инженерное проектирование — говоря простым языком, это приведение самого здания и его коммуникаций в соответствие с требованиями Вашего заведения и законодательства.

Входят следующие виды работ: архитектурное проектирование, проект вентиляции и кондиционирования, аксонометрические схемы трубопроводов ХВ, ГВ и канализации и прочее.

Архитектурное проектирование для зданий, в которых необходимо провести реконструкцию, строительные работы или глубокую перепланировку. Проект включает в себя разрезы, устройства окон, дверей и перегородок, поэтажный план, крепления трубопроводов, ведомости отделки и расхода материалов. Архитектурное решение стоит 300 рублей за м<sup>2</sup>. Сумма для нашего кафе — 45 000 рублей.

Проект вентиляции и кондиционирования в общественных зданиях и сооружениях нужен для создания безопасных и комфортных климатических условий. Изыскания проводятся как для обеденного зала, так и для кухни кафе. Причем, при проектировании технологической зоны нужно учесть специфику работы — во время приготовления появляются пар, копоть, чад и иные загрязнения. Мощная вентиляция создаст Вашему персоналу надлежащие условия для работы.

В рамках проектирования готовятся планы, аксонометрические схемы технологической и общеобменной вентиляции, системы кондиционирования, ведомости чертежей и ссылочных документов, пояснительная записка, спецификация материалов и оборудования. Проектирование вентиляции и кондиционирования обойдется в 200 рублей за м<sup>2</sup> площади. Сумма для нашего кафе — 30 000 рублей. Проект водоснабжения и канализации рассматривает вопросы обеспечения предприятий чистой водой

и, одновременно, решает проблему вывода грязной. Нормы напора и температуры воды указаны в СНиП 2.04.01-85\*.

В рамках проектирования готовятся аксонометрические схемы трубопроводов ХВ, ГВ и канализации, схема узла со счетчиками воды, план помещения с расстановкой оборудования и точками подвода коммуникаций, ведомость чертежей и ссылочных документов, спецификация оборудования и материалов.

Проектирование водоснабжения и канализации обойдется в 140 рублей за м<sup>2</sup> площади. Сумма для нашего кафе — 21 000 рублей. Проект электроснабжения позволит использовать профессиональное ресторанное оборудование на кухне кафе. Понадобится напряжение в 220 В и 380 В.

В рамках проектирования готовятся планы силовой и розеточной сети, прокладки кабелей (с указанием распаечных коробок), планы сети освещения, монтажная схема и однолинейная схема вводно-распределительного щита, ведомость чертежей, спецификация оборудования и материалов. Проектирование электроснабжения обойдется в 180 рублей за м<sup>2</sup> площади. Сумма для нашего кафе — 27 000 рублей.

***Общая стоимость полного инженерного проектирования — 123 000 рублей***

Технологическое проектирование создает схему расстановки подключения оборудования на кухне. Этот этап лучше доверить не просто инженерам, но инженерам от HoReCa. Стоимость — 200 рублей за м<sup>2</sup> площади. Сумма — 30 000 рублей.

### ***Дизайн.***

Заведения «для своих», открываемые для души и не рассчитанные на заработок, могут оформляться своими силами. Иногда получаются весьма интересные варианты. Но для кафе, которое приносит прибыль, необходима работа специалиста. Ведь дизайн подразумевает не только визуальное воплощение идеи, он должен предусматривать максимальное количество посадочных мест на имеющейся площади, размеры проходов, расположение столиков относительно станций официантов.

Работа профессионального ресторанного дизайнера строится следующим образом: разработка дизайнерского решения в рамках концепции; создание 3D-визуализации проекта; подбор материалов и мебельного оснащения, расстановка; дизайн фасадов; авторский надзор за исполнением проекта

**Полноценный дизайн с фасадом будет стоить 1200 рублей за м<sup>2</sup>.  
Сумма — 180 000 рублей.**

#### **Отделка помещения.**

Случаи, когда удастся найти помещение, которое подойдет под кафе, можно пересчитать по пальцам. Ремонт придется делать, разница будет лишь в его сложности. Косметический ремонт обойдется в 1500 рублей за м<sup>2</sup>, всего — 225 000. Качественный капитальный ремонт стоит 7000 рублей за м<sup>2</sup>, общая стоимость — 1 050 000. Элитная отделка (VIP-дизайн) — 15 000 рублей за м<sup>2</sup>, стоимость — 2 250 000. **Средняя стоимость отделки помещения – 1 650 000**

#### **Оснащение.**

Расчет необходимого оборудования производился для заведения на 30 посадочных мест представленные (таб. 2.3.1) цены актуальны на февраль 2019 года при заказе в интернет магазине «КленМаркет» [38].

Таблица 2.3.1 - Расчет необходимого оборудования для проекта кафе  
ООО «Miligan»

№	Оборудование	Стоимость, руб.
Тепловое оборудование:		
1	Пароконвектомат TECNOEKA EVOLUTION EKF 711 EUD	181 185
2	Плита электрическая АВАТ ЭПК-47ЖШ четырехконфорочная с жарочным шкафом (лицевая нерж., серия 700)	61 600

3	Плита индукционная ТЕХНО-ТТ ИПВ-120114 одноконфорочная ВОК	86 115
---	---	--------

## Продолжение таблицы 2.3.1

4	ГРИЛЬ контактный (жарочная поверхность) ERGO [HEG-822]	11 644
5	Рисоварка ERGO CFXB 50-70х	2 660
6	Кипятильник ERGO KSY-30 заливного типа	9500
7	Печь для пиццы PIZZA GROUP Compact M35/8-М (1 камера)	40 358
Итого:		<b>393 062</b>
Холодильное оборудование:		
1	Шкаф холодильный POLAIR ШХ-1,0 (СМ110-S) (глухие двери)	50 567
2	Шкаф морозильный POLAIR ШМ-0,7 (СВ107-S) (глухая дверь)	51 700
3	Стол охлаждаемый NICOLD GN 12/TN	79 990
4	Ледогенератор ICEMATIC E21 W	70 932
5	Витрина холодильная ПОЛЮС Carboma ВХСв-1,5 XL	45 966
Итого:		<b>299 155</b>
Технологическое оборудование:		
1	Миксер ROBOT COUPE Mini MP 190 Combi	43 484
2	Мясорубка CONVITO НМ-22А	37 857
3	Слайсер CONVITO HBS-220JS	19 880
4	Овощерезка ROBOT COUPE CL30 Bistro	75 404
5	Комплект режущих дисков для ROBOT COUPE CL30 Bistro	28 219
6	Машина посудомоечная MACH MS/9351	118 580
Итого:		<b>323 424</b>
Барное оборудование:		
1	Кофемашина FUTURMAT Rimini A/1	150 499

2	Миксер барный BL-015	6 773
3	Соковыжималка QUAMAR T94 для цитрусовых	33 546
Итого:		<b>190 818</b>

## Продолжение таблицы 2.3.1

Технологическое оборудование:		
1	Ванна моечная трехсекционная ВМ 3/4 нерж.	15 343
2	Ванна моечная односекционная ВМ 1/4 нерж.	5 329
3	Стол производственный пристенный CRYSRI СРП 1200/600/СРПЦ Э (2 штуки)	10 524
4	Стол рабочий островной CRYSRI СРЦ 1200/600/СРЦЦ Э оц.	4 940
5	Стол островной для сбора отходов ТЕХНО-ТТ СПС-111/900 краш. (отверстие слева/справа)	9 177
6	Стеллаж со сплошными полками CRYSRI СК 1200/400 нерж. (4 штуки)	43 648
7	Зонт вытяжной ЗВП 10*8 (2 штуки)	21 662
8	Зонт вытяжной пристенный МВО-1,2 МСВ (2штуки)	32 792
9	Полка настенная сплошная CRYSPI ПК 1200/300 (4 штуки)	8 000
Итого:		<b>151 415</b>
<b>Кухонная посуда и инвентарь</b>		
1	Гастроемкости для приготовления и хранения пищи, сковороды, котлы и кастрюли, разделочные доски, половники, терки и т.д.	67 914
2	Поварские ножи (6 наименований)	16 114
3	Предметы сервировки (набор для специа, подставка двусторонняя)	11 939
4	Фарфоровая посуда	67 600
5	Столовые приборы	14 790
6	Стеклянная посуда	31 145

7	Мебель для гостей (30 мест) и персонала	192 370
Итого:		<b>401 872</b>
<b>Общая стоимость оснащения кафе: 1 015 641 рубль</b>		

Так же следует учесть ежемесячные расходы. К ним относятся: расходы на заработную плату персонала (таблица 3.3.2), закупку продуктов питания и хозяйственные расходы.

Таблица 2.3.2 - Штатный состав персонала кафе ООО «Miligan»

№	Должность	Примерный уровень заработной платы, руб./мес.	График работы
1	Директор	70 000	5/2
2	Бухгалтер	40 000	5/2
3	Шеф повар	65 000	2/2
4	2 Повара универсала	40 000	2/2
5	2 Администратора зала	35 000	5/2
6	2 Бармена	30 000	2/2
7	4 Официанта	25 000	2/2
8	2 Уборщицы	20 000	2/2
9	2 Посудомойки	15 000	2/2
<b>Итого: 17 человек, 555 000 рублей в месяц.</b>			

Ежемесячные затраты на заработную плату персонала не менее 550 000 рублей. На закупку продуктов питания ежемесячно будет уходить примерно 500 000 (таблица 3.3.3). На коммунальные платежи примерно 15 285 рублей.

Таблица 2.3.3. Регулярные затраты на закупку продуктов питания и коммунальные платежи

	Регулярные затраты	Итого
	Сырье и материалы (указаны средние цены по г. Лабытнанги)	500 000

## Продолжение 2.3.3

	мясо ( $500 \text{ кг} \times 250 \text{ руб.}$ ) = 125 000	
	рыба ( $500 \text{ кг} \times 200 \text{ руб.}$ ) = 100 000	
	птица ( $500 \text{ кг} \times 120 \text{ руб.}$ ) = 60 000	
	овощи ( $400 \text{ кг} \times 100 \text{ руб.}$ ) = 40 000	
	фрукты ( $300 \text{ кг} \times 150 \text{ руб.}$ ) = 45 000	
	мука ( $500 \text{ кг} \times 16 \text{ руб.}$ ) = 8 000	
	сахар, соль = 5 000	
	приправы = 3 000	
	прочее = 114 000	
	Коммунальные расходы:	15 285
	свет ( $3,02 \text{ руб./кВт} \times 3\,000 \text{ кВт}$ ) = 9 060	
	газ ( $1,704 \text{ руб./м}^3 \times 3\,000 \text{ м}^3$ ) = 5 112	
	вода холодная (установленная) = 450	
	вода горячая (установленная) = 663	
	Итого	515 285

Итак, готовый план финансовых затрат на открытие бизнеса выглядит следующим образом:

Регистрация, разрешения, лицензирование – примерно 120 000 рублей;

Аренда на год вперед – 10 500 000 рублей;

Ремонт помещения – 300 000 рублей;

Разработка дизайна интерьера и фасада – 128 000 рублей;



Технологическое проектирование – 30 000 рублей;

Инженерное проектирование – 123 000 рублей;

Работы по монтажу освещения, системы пожарной безопасности, необходимых коммуникаций – 200 000 рублей;

Отделочные работы, покупка предметов декора – 100 000 рублей;

Мебель, оборудование, кухонный инвентарь – 1 015 641 рублей;

Первая закупка продуктов – 180 000 рублей;

Рекламная кампания– 115 000 рублей;

Непредвиденные расходы – 100 000 рублей.

Итого капитальные вложения в бизнес составят 12 911 000 рублей.

Ежемесячные расходы в первый год — в пределах 700 000 рублей с учётом оплаченной аренды.

## **2.4 Прогноз развития проекта**

В случае успешной реализации проект может развиваться по различным направлениям. Есть возможность создания узкоспециализированных филиалов сети – литературного, театрального кафе, кофейни для художников, кофейни с живой джазовой музыкой и т.п.

Для осуществления проекта необходимы инвестиционные затраты в сумме 12 911 000 руб.

Средства идут на единовременные затраты при создании кафе (таблица 3.4.1) и на покупку оборудования и основных средств (таблица 3.3.1): 540 600 (единовременные затраты):+ 1 015 641 (производственное оборудование) + 10 500 000 (аренда помещения на 12 месяцев) = 12 056 241 руб. – инвестиции.

Таблица 2.4.1 - Единовременные затраты при создании кафе

№	Единовременные затраты:	Сумма
1	Расходы при регистрации ООО	15000
2	Свидетельство на право торговли (лицензия)	14000

## Продолжение 2.4.1

3	Справка из агентства технической инвентаризации	800
4	Договор с вневедомственной охраной на 1 год	45000
5	Заключение противопожарной службы	2000
6	Установка противопожарной сигнализации	30800
7	Разрешение санитарно эпидемиологической станции	5000
8	Ремонт и дизайн	428000
	Итого:	540600

На основе предыдущих разделов составлен план инвестиционных затрат, который включает перечень основных стадий реализации проекта и потребностей в финансовых ресурсах. План инвестиционных затрат является частью плана поступлений и платежей, главная задача которого - спланировать поступления и расходования денежных средств таким образом, чтобы поддержать текущую платежеспособность. Себестоимость кафе «Miligan» составляет - 12 056 241рублей.

Рассчитаем предполагаемые годовые денежные поступления от деятельности кафе «Miligan».

Планируется, что средний размер чека будет составлять 500 руб. Вместимость кафе – 30 посадочных мест. За день предполагаемая

посещаемость заведения – 200 человек. Выручка в день предполагается в размере 100 000 руб.:

$500 \times 200 = 100\,000$  руб. – ориентировочная дневная выручка.

$30 \times 100\,000 = 3\,000\,000$  руб. – выручка в месяц.

$12 \times 3\,000\,000 = 36\,000\,000$  руб. – выручка в год.

Предполагаемый срок окупаемости проекта составляет меньше года.

Рассчитаем срок окупаемости инвестиций в кафе «Miligan».

Для анализа инвестиций применим показатель срока окупаемости РРМ – продолжительность времени, в течение которого дисконтированные на момент завершения инвестиций прогнозируемые денежные поступления равны сумме инвестиций. Иными словами – это сумма лет, необходимых для возмещения стартовых инвестиций:

$$PPM = \frac{IC}{R_k} \quad (2.4.1)$$

(№ 2.4.1)

где  $R_k$  – годовые денежные поступления в течение  $n$  лет,  $k = 1, 2, \dots, n$ ;  
 $IC$  (стартовые инвестиции) = 12 056 241;  $i$  (ставка дисконтирования) = 0,20;  
 $R_k = 36\,000\,000$  руб.;  $k = 1$ .

$36\,000\,000 / (1 + 0,20) = 30\,000\,000$  руб. – дисконтированное годовое поступление.

Период окупаемости можно определить как ожидаемое число лет по упрощенной формуле:

$пок = \text{Число лет до года окупаемости} + (\text{Не возмещенная стоимость на начало года окупаемости} / \text{Приток денежных средств в течение года окупаемости})$ .

Данный показатель определяет срок, в течение которого инвестиции будут «заморожены», поскольку реальный доход от инвестиционного проекта начнет поступать только по истечении периода окупаемости.

$$\text{пок} = 1 + 12\,056\,241 / 36\,000\,000 = 1,33 \text{ года} - \text{срок окупаемости.}$$

$$1,33 \times 365 = 487,25 \text{ дней} - \text{срок окупаемости проекта.}$$

Таким образом, период, реально необходимый для возмещения инвестированной суммы, составит 1,33 года или 488 дней. Итак, уже со второго квартала второго года работы кафе «Miligan» начнет давать прибыль.

Центральным показателем в рассматриваемом методе является показатель NPV – текущая стоимость денежных потоков за вычетом текущей стоимости денежных оттоков. Это обобщенный конечный результат инвестиционной деятельности в абсолютном измерении.

При инвестиционном проекте кафе инвестиция будет разовой, поэтому расчет чистого приведенного дохода можно представить следующей формулой:



(№ 2.4.2)

где  $R_k$  – годовые денежные поступления в течение  $n$  лет,  $k = 1, 2, \dots, n$ ;  
 $IC$  – стартовые инвестиции;  $i$  – ставка дисконтирования.

Важным моментом является выбор ставки дисконтирования, которая должна отражать ожидаемый усредненный уровень ссудного процента на финансовом рынке. Для определения эффективности инвестиционного проекта отдельной фирмой в качестве ставки дисконтирования используется средневзвешенная цена капитала, используемого фирмой для финансирования данного инвестиционного проекта.

Рассчитаем чистый приведенный доход для нашего проекта в течение одного года:  $R_k = 36\,000\,000$  руб.;  $k = 1,33$ ;  $IC = 12\,056\,241$  руб.;  $i = 20\%$ .

$NPV = 36\,000\,000 / (1 + 0,20) - 12\,053\,241 = 17\,946\,759$  руб. – чистый приведенный доход от инвестиционного проекта в первый год без учета ежемесячных затрат.

Представим в таблице 3.4.2 полученные расчетные показатели по окупаемости проекта.

Таблица 3.4.2 - Показатели окупаемости инвестиционного проекта кафе «Miligan»

Показатели	Обозначения	Значение
Годовые денежные поступления в течение 1 года, руб.	Rk	36 000000
Срок, лет	K	1
Стартовые инвестиции, руб.	IC	12 053 241
Ставка дисконтирования	I	0,20
Срок возмещения стартовых инвестиций, дней	PPM	488
Текущая стоимость денежных потоков за вычетом текущей стоимости денежных оттоков, руб.	NPV	17 946 759

Таким образом, проект можно считать рентабельным, т.к. срок его окупаемости составляет – 488 дней. Уже во второй квартал второго года работы кафе может принести валовую прибыль в размере 583 960 руб., а со следующих месяцев – 2 352 612,5 тыс. руб.

С целью оценки экономического эффекта с учетом ежемесячных затрат рассчитаем ежемесячную чистую прибыль в течение первого года работы кафе быстрого питания «Miligan».

Таблица 3.4.3 - Ежемесячные затраты кафе быстрого питания «Miligan»  
(руб.)

	Регулярные затраты	Сумма
1	Сырье и материалы (указаны средние цены по г. Лабытнанги): - мясо ( $500 \text{ кг} \times 250 \text{ руб.}$ ) = 125 000 - рыба ( $500 \text{ кг} \times 200 \text{ руб.}$ ) = 100 000 - птица ( $500 \text{ кг} \times 120 \text{ руб.}$ ) = 60 000 - овощи ( $400 \text{ кг} \times 100 \text{ руб.}$ ) = 40 000 - фрукты ( $300 \text{ кг} \times 150 \text{ руб.}$ ) = 45 000 - мука ( $500 \text{ кг} \times 16 \text{ руб.}$ ) = 8 000 - сахар, соль = 5 000 - приправы = 3 000 - прочее = 114 000	500 000
2	Коммунальные расходы: - свет ( $3,02 \text{ руб./кВт} \times 3\,000 \text{ кВт}$ ) = 9 060 - газ ( $1,704 \text{ руб./м}^3 \times 3\,000 \text{ м}^3$ ) = 5 112 - вода холодная (установленная) = 450 - вода горячая (установленная) = 663	15 285
3	Заработная плата	550 000
4	Отчисления во внебюджетные фонды	45 932
5	Горюче-смазочные материалы ( $260 \text{ км} \times 20 \text{ руб.}$ )	5 200
6	Вывоз мусора	5 000
7	Телефон	1 000
Итого:		1 632 507

Исходя из расчетов мы видим, что сумма ежемесячных затрат составит 1 632 507 руб.

Как уже было выяснено, предполагаемая ежемесячная выручка (при средней стоимости чека 500 руб. и посещаемости – 200 чел. в день) будет составлять 3 000 000 руб. Соответственно, примерная ежемесячная чистая прибыль за вычетом ежемесячных затрат в размере 1 632 507, будет составлять: 1 367 493. За год кафе будет приносить 16 409 916 рублей, при не изменяющихся условиях работы. При первоначальных затратах в 12 056 241 рублей срок окупаемости:  $12056241/1367493 = 8,8$  месяцев. Такой срок окупаемости проекта является рентабельным.

## Заключение

При всем многообразии форм бизнеса существуют основы, обязательные практически для всех областей коммерческой деятельности, для разных предприятий и организаций, опора на которые необходима для того, чтобы своевременно подготовиться к возможным неожиданностям и устранить потенциальные трудности, опасности и тем самым уменьшить риск в достижении поставленных целей. Планомерная разработка стратегии и тактики производственно-хозяйственной деятельности предприятия является важнейшей задачей для любого бизнеса.

В рыночной экономике бизнес-план является исключительно эффективным рабочим инструментом как для вновь создаваемых, так и для действующих компаний во всех сферах предпринимательства. Бизнес-план побуждает менеджера тщательно изучить каждый элемент предполагаемого рискованного рыночного мероприятия. Практически всегда в этом процессе обнаружится немало слабых мест и пробелов, устранению которых нельзя не уделить внимания. Тщательно подготовленный и составленный план бизнеса открывает перспективу его развития, то есть отвечает на самый важный вопрос: стоит ли вкладывать силы и средства в это дело, принесет ли оно такую прибыль, которая окупит все затраты. В зависимости от направленности и масштабов задуманного, объем работ по формированию плана способен изменять в большом диапазоне, степень его детализации весьма различна.

Переход к рыночной экономике сопровождается изменениями в деятельности всех хозяйствующих субъектов потребительского рынка, в том числе в массовом питании, укреплении финансовой самостоятельности предприятий, совершенствованием методов хозяйствования, направленных на повышение их эффективности.

Деятельность предприятий массового питания заключается в решении как экономических, так и социальных задач, направленных на



удовлетворение потребности населения в организации внедомашнего питания и досуга. Рыночные преобразования в экономике страны создали условия для развития конкуренции в сфере массового питания, изменения структуры, характера услуг предлагаемых населению, повышения роли предприятий отрасли в развитии экономики страны и удовлетворении индивидуальных потребностей человека.

Исследования показали, что отрасль развивается достаточно высокими темпами, причем наибольшее развитие наблюдается на предприятиях быстрого обслуживания, удельный вес которых составляет более 50% всех предприятий. Оценка эффективности показала, что отрасль является среднеприбыльной.

Исследование особенностей и проблем проектирования отрасли массового питания показала возрастание спроса потребителей, что связано с ростом доходов, дифференциацию спроса в зависимости от статуса клиента, имиджа предприятия, его месторасположения, используемой кухни. Изменились требования потребителей к качеству и сервису. Немаловажным фактором является используемое оборудование, к которому предъявляются требования производительности и ресурсоемкости.

Проведен анализ предпринимательской деятельности на рынке ресторанных услуг г. Лабытнанги, который показал что эта ниша достаточно востребована. Немаловажным фактором развития отрасли массового питания в городе Лабытнанги является развитие рынка недвижимости в последние годы, в результате которого появились новые районы, требующие развития инфраструктуры. Выполнены дополнительные исследования привлекательности рынка. Проведенный отраслевой анализ на рынке г. Лабытнанги показал привлекательность отрасли с точки зрения конкуренции, прибыльности и входных барьеров в отрасль.

Выполненные расчеты создания кафе «Miligan» показали целесообразность этого мероприятия, поскольку: Время реализации проекта

$T = 2$  года, Объем инвестиций  $K = 12\,056\,241$  руб., Индекс доходности  $IRR=1,5$  - индекс доходности больше 1. Чистый денежный поток положительный. Окупаемость проекта наступает в от втором квартале 2 года.

### Список литературы

1. Бринк, И. Ю. Бизнес-план предприятия. Теория и практика. Серия «Учебники, учебные пособия» [Текст] / И. Ю. Бринк, Н. А. Савельева. - Ростов н/Д: Феникс, 2012. – 384 с.
2. Васильев Ю.П. Управление развитием производства. Опыт США. [Текст] / Ю.П.Васильев – Москва -М.: Экономика, 2014. - 239 с.
3. Веснин В.Р. Основы менеджмента: Учебник. [Текст] / -М.: Институт международного права и экономики. Издательство "Триада, Лтд", 2010. -384 с.
4. Виханский О. С., Наумов А. К. Менеджмент: Человек, стратегия, организация, прогресс. Учебник, М.: Изд. МГУ, 2013.
5. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению и спец. "менеджмент". [Текст] / -М.: Изд-во МГУ, 2012. -252 с.
6. Герчикова И. Н. Менеджмент. Учебник 2-е изд. [Текст] / М.: Банки и биржи, 2011.
7. Горохов, Н. Ю. Бизнес-планирование и инвестиционный анализ [Текст] / Н. Ю. Горохов, В. В. Малеев. [Текст] / – М.: Информационно-издательский дом Филинь, 2008. – 132 с.
8. Евланов Е. Г. Теория и практика принятия решений. [Текст] /М.: Экономика, 2014.
9. Елисеева И.Н., Юзбашев М.М. Общая теория статистики: Учебник. [Текст] / -М. -Финансы и статистика, - 2011.
10. Казанцов А. К., Подлесных В. И., Серова Л. С. Практический менеджмент. [Текст] / М.: ИНФРА-М., 2012.
11. Котлер Ф. Основы маркетинга. [Текст] / М, Росинтер, 2012.
12. Кохно П. А., Микоюков В. А., Комаров С. Е. Менеджмент. [Текст] / М.: Финансы и статистика, 2013.
13. Кузнецов Ю. В. Проблемы теории и практики менеджмента. СПб: ОЛБИС. 2011.

14. Кузнецов Ю. В. Подлесных В. И. Основы менеджмента. [Текст] / М.: Издво "ОЛБИС", 2012.
15. Липсиц И.В. Бизнес-план - основа успеха. [Текст] / -М.: Машиностроение, 2012. -80 с.: ил.
16. Литвак Б. Г. Управленческие решения. - М.: Ассоциация авторов и издателей "ТАНДЕМ", ЭКМОС", 2011.
17. Менеджмент: Теоретический курс изложения. [Текст] /М.: МЭГУ, 2012.
18. Менеджмент: Учеб. пособие для ВУЗов/ Под ред. Кузнецова Ю. В., Подлесных В. И. - СПб.: Издательский дом "Бизнес-пресса", 2013.
19. Мескон М. Х., Альберт М., Хеддоури Ф. Основы менеджмента. /Пер. с англ. [Текст] /М.: Дело, 2014.
20. Методические указания: Бизнес-план предприятия [Текст]/ А. Н. По-лозова, А. А. Балашова. – Воронеж: ВГТА, 2008. - 16 с.
21. Мильнер Б. З. Теория организаций. М.: ИНФРА-М, 2001.
22. Обэр - Крне Дж. Управление предприятием. Классика менеджмента. - Сирин, 2014. -256 с.
23. Основы менеджмента. Учебное пособие. /Под ред. Радугина А. М.: Центр, 2012.
24. Пелих А.С. Бизнес-план или как организовать свой бизнес. [Текст] / - М.: Изд-во "Ось-89", 2013
25. Пелих А.С. Бизнес-план. -М.: Издательство "Ось-89", 2009. -96 с.
26. Попов А. В. Теория организации менеджмента. М.: Изд-во МГУ, 2001.
27. Предприятие: стратегия, структура, положения об отделах и службах, должностные инструкции, -М.: ОАО Экономика, НОРМА, 2011.- 525 с.
28. Сухова, Л. Ф. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия: учеб. пособие [Текст] / Л. Ф. Сухова, Н. А. Чернова. – М.: Финансы и статистика, 2010 –120 с.

**29.** Тарасова, Е. В. Инвестиционное проектирование: конспект лекций [Текст] / Е. В. Тарасова. [Текст] / – М.: «Изд-во ПРИОР», ИВАКО Аналитик, 1998.– 86 с.

**30.** Теория и практика антикризисного управления: Учебник для вузов /Г.З. Базаров, С.Г. Беляев, Л.П. Белых и др. Под ред. С.Г. Беляева и В.И. Конкина. -М.: Закон и право, ЮНИТИ, 2012. - 469 с.

**31.** Управление организацией. /Под ред. Поршнева А. Г., Румянцевой З.П., Салиматина Н. А. [Текст] / - М.: Инфра-М, 2001.

**32.** Управление проектами /Ильин М, Лукшанов И.Г, Неличин А.М. и др. Под ред. В.Д. Шапиро, Учебник для вузов эконом. Спец. -СПб.: Рос АО "Газпром", 2011. -609 с.

**33.** Уткин Э.А. Управление фирмой. [Текст] / -М.: Акалис, 2012. -516 с.

**34.** Уткин Э.А., Кочетков А.И. Бизнес-план. Как развернуть собственное дело. -М.: Ассоциация авторов и издателей "Тандем", Издательство ЭКМОС, 2012. -176 с.

**35.** Фальцман, В. К. Оценка инвестиционных проектов и предприятий [Текст] / В. К. Фальцман. – М.: ТЕИС, 2009. – 146 с.

**36.** Черняк, В. З. Бизнес-планирование: учебно-практическое пособие [Текст] / В. З. Черняк, А. В. Черняк, И. В. Довдиенко. – М.: Изд-во РДЛ, 2010. – 120 с.

**Приложение 1.**

**Результаты проведенного социального опроса в 2018 году среди  
жителей города Лабытнанги Ямало-Ненецкого автономного округа**

№	Что Вас не устраивает в имеющихся в городе заведениях?	Кол-во чел, %
1	Дизайн кафе	16
2	Имидж заведения	2
3	Качество обслуживания	10
4	Ценовая политика кафе (чем выше цена, тем лучше качество)	38
5	Качество приготовленных блюд	20
6	Скорость обслуживания	10
7	Удалённость от вашего местоположения	4